

Approccio motivazionale e promozione della salute: cambiamento nei contesti del luoghi di lavoro

Carlo C. DiClemente, Ph.D.
University of Maryland Baltimore County
Department of Psychology
443-745-0347
<http://www.umbc.edu/psych/habits>

**Promozione della salute &
& Prevenzione della
malattia**

Richiedono

**Cambiamento
Comportamentale**

Gestione dello stress

iniziazione

Promozione della salute

Prevenzione del rischio

Modificazione

Gestione della malattia cronica

Sanità mentale

Abuso di sostanze

Cessazione

Diversi modi di cambiamento comportamentale

Inizio, Modificazione, Cessazione



Prescrizione di Comportamenti Sani

Coinvolgono Molti Diversi Comportamenti

- Gestione dell'ansia
 - Rilassamento
 - Esercizi di desensibilizzazione
 - Aderenza ai farmaci
 - Ristrutturazione cognitiva
 - Sviluppo delle abilità
 - Eliminare l'uso di droga, alcol come strategie di coping
- Prevenzione e trattamento dei diabetici
 - Prevenzione e riduzione dell'obesità
 - Monitoraggio del glucosio
 - Cambiamento della dieta
 - Valutazione di possibili problemi aggiuntivi
 - Consumo di alcol



Scopi del comportamento sano

- Multipli
- Multidimensionali
- Variano per frequenza
- Variano per intensità
- Sono richiesti diversi livelli di motivazione
- Potrebbero essere integrati in differenti stili di vita
- Parliamo del peso (burden) di questo cambiamento



Cambiare il comportamento richiede un prospettiva multidimensionale

- Le singole dimensioni sembrano inadeguate a spiegare la complessità e la diversità del processo di cambiamento del comportamento
- Quando si effettua il passaggio da uno stato (status quo) all'altro come si organizzano queste influenze
- Sembra che ci siano diversi compiti e ostacoli che devono essere compiuti/superati
- I pensieri, attitudine, aspettative sono importanti per il passaggio al cambiamento comportamentale ma sono meno osservabili e spesso ignorati



Le differenze tra la fase di Pre-Azione e la fase di Azione

Il legame principale



Che cosa le persone devono fare nella fase di Pre-Azione che permetta di affrontare con successo la fase di Azione? Quali sono le cose da fare nella fase di Azione per ottenere risultati positivi?

Dobbiamo capire come cambiano le persone?

- Gli individui cambiano volontariamente solo quando:
 - sono *interessati e preoccupati* sul bisogno di cambiare
 - sono *convinti* che il loro miglior interesse è cambiare e che i benefici supereranno i costi
 - organizzano un *piano d'azione* che si *impegnano* a realizzare
 - *eseguono le azioni* necessarie per realizzare e mantenere il cambiamento



Fase di Cambiamento: Etichette e Compiti

- **Precontemplazione**
 - Non interessato
 - **Contemplazione**
 - In considerazione
 - **Preparazione**
 - In approntamento
 - **Azione**
 - Cambiamento iniziale
 - **Mantenimento**
 - cambiamento sostenuto
- Interessati e preoccupati
 - Analisi dei rischi/guadagni e valutazione della decisione
 - Impegno e creazione di un piano efficace e accettabile
 - Attuazione del piano e revisione dello stesso se necessario
 - Consolidamento del cambiamento nel proprio stile di vita

Che cosa rappresentano queste Fasi?

- Tutte le teorie del cambio comportamentale intenzionale parlano di *vulnerabilità, intenzione, decisione, attuazione delle intenzioni, impegno*
- Le diverse fasi non sono scatole categoriali in cui posizionare le persone o solo etichette
- Rappresentano dei momenti e compiti critici per raggiungere con successo il cambiamento comportamentale.
- Sono fasi di cambiamento non fasi stabili: essere in precontemplazione non significa essere un precontemplatore chi non cambia mai
- Se potete fare un intervento con empatia e ascoltando bene il paziente, si può spingere avanti movimento attraverso le fasi



Tipi di Cambiamento

- IMPOSTO - Ragione per il cambiamento viene dal esterno, motivativazione estrinsico (cambia per ragioni estrinsici)
- Imposto spesso crea resistenza e cambiamento non sostenibile
- SVILUPPO – Diventando piu maturo fisicamente o piu vecchio. Non si deve partecipare solo stare vivo
- INTENZIONALE – Ragione intrinseca, la persona partecipa ed impegnarsi nel cambiamento
- Per un cambiamento sostenuto intenzionale e piu efficace



Cosa succede quando cerchiamo di promuovere stili di vita sani nei luoghi di lavoro

- I lavoratori spesso vedono questo come un'intrusione nella loro vita personale
- Ciò accade soprattutto quando il luogo di lavoro potrebbe non avere una cultura della sicurezza nel posto del lavoro e una dimostrata preoccupazione per i lavoratori.
- Più ampia è la rete che gli operatori sanitari sul posto di lavoro gettano per suscitare cambiamenti comportamentali, più incontrerai individui in precontemplazione o contemplazione e non pronti ad agire.



Modello transteoretico

Stadi del cambiamento

Precontemplazione - Contemplazione - Preparazione -
Azione - Mantenimento - Conclusione

PROCESSO DI CAMBIAMENTO

Processi esperenziali

Crescita della consapevolezza
Auto-rivalutazione
Enorme sollievo
Rivalutazione
ambientale
Liberazione sociale

Processi comportamentali

Auto-liberazione
Controcondizionamento
Controllo dello stimolo
Gestione del rinforzo
Relazioni di aiuto

CONTESTO DI CAMBIAMENTO

1. Sintomo/Problemi situazionali
2. Pensieri disadattivi
3. Conflitti interpersonali attuali /Problemi
4. Conflitti familiari e sistemici /Problemi
5. Conflitti intrapersonali / Problemi

Modello di cambiamento per stadi

Caratteristiche del modello

- ◆ Fornisce una struttura per la comprensione del processo di cambiamento del comportamento.
- ◆ Offre un'alternativa ad altri approcci che tendono a vedere i clienti come in rifiuto, resistenti, o non cooperativi se non sono pronti al cambiamento.
- ◆ Vede la motivazione come uno stato di prontezza al cambiamento che esigire diversi compiti.
- ◆ Propone che i clienti seguano un potente e predicibile percorso di modificazione del comportamento

Precontemplazione - Non pronto a cambiare

Obiettivi del cambiamento e strategie:

- ◆ Dare consigli su ciò che il cliente può fare per realizzare un cambiamento a questo stadio può essere controproduitivo
- ◆ Gestire una conversazione motivazionale
- ◆ Fornire informazioni e feedback personalizzati dopo ascoltare la prospettiva del cliente



Contemplazione - Sta pensando a cambiare

Obiettivi del cambiamento e strategie:

- ◆ Mirare a spostare l'equilibrio in favore del cambiamento
- ◆ Portare ragioni per cambiare, sul rischio di non cambiare, e rafforzare la fiducia del cliente (auto-efficacia) per cambiare il comportamento attuale
- ◆ Utilizzare la bilancia decisionale per valutare le ragioni del cliente pro e contro il cambiamento
- ◆ Se si utilizzano strategie d'azione a questo punto (esempio passi che il cliente può fare per cambiare) molto probabilmente si incontrerà resistenza o non compliance fino quando pronti

Foglio del bilancio decisionale

NON CAMBIAMENTO

PRO (Status Quo)

CONTRO (Cambiamento)

CAMBIAMENTO

CONTRO (Status Quo)

PRO (Cambiamento)



Temi chiave e considerazione d'intervento

- Le decisioni sono personali
- Aumento dei costi dello stato attuale e i benefici del cambiamento
- Combattere e lavorare sull'ambivalenza
- Immaginare il cambiamento.
- Generare considerazioni culturalmente rilevanti
- Molteplici problemi interferiscono e complicano la situazione.
- Vedere come le famiglie e le organizzazioni più grandi possono influenzare il cambiamento attraverso incentivi o barriere



Preparazione - Si sta preparando a realizzare un cambiamento

Obiettivi del cambiamento e strategie:

- ◆ Aiutare il cliente a rafforzare l'impegno e la motivazione al cambiamento
- ◆ Aiutare il cliente a trovare una strategia di cambiamento che è accettabile, accessibile, ed efficace.



Temi chiave e considerazione d'intervento

- Efficace, accettabile e piano accessibile
- Impostazione di un tempo di attuazione del piano
- Costruire impegno e fiducia
- Creazione di scelte e trovare incentivi
- Sviluppare e perfezionare le competenze necessarie per l'attuazione del piano
- Piano di trattamento
- Piano di cambiamento



Motivare a muoversi attraverso i primi Stadi del Cambiamento

- C'è un'importante distinzione tra i compiti/processi della persona e le strategie del terapeuta/medico
- Compiti fondamentali nei primi stadi: suscitare preoccupazione, gestire l'ambivalenza, decision making, creare l'impegno e avere un piano accurato e completo.
- Il Colloquio Motivazionale/ Approcci per Aumentare la Motivazione (MET) rappresentano delle strategie importanti per ingaggiare e lavorare con le persone aiutandole a completare con successo questi compiti



Quale è l'essenza della motivazione del paziente?

Realtà...

- Trovano importanti Ragioni/ Valori per il cambiamento
- Prendono solide decisioni
- Superano l'ambivalenza
- Si impegnano
- Pianificano
- Realizzano



MI e Lezioni dall'Efficacia

Tre principali fattori contribuiscono al cambiamento della persona a lungo termine:

- ❖ *La persona sente che il cambiamento comportamentale è una sua scelta*
- ❖ *L'incontro tra la persona e il professionista è positivo*
 - ❖ *La persona ha adeguati skill e auto-convinzione della propria abilità a eseguire i cambiamenti del comportamento raccomandati*



Colloquio Motivazionale (MI)

DEFINIZIONE

- ❖ *È uno stile di conversazione e collaborativo, che aumenta la motivazione a cambiare aiutando la persona a risolvere l'ambivalenza verso il cambiamento*
- ❖ *È «un modo di essere» con il paziente; «incontra le persone dove loro sono»*

OBIETTIVI

- ❖ *Creare e amplificare la discrepanza tra il comportamento attuale e più alti obiettivi*
- ❖ *Creare la consapevolezza della differenza tra dove la persona è, e dove vorrebbe essere*

EFFICACIA

- ❖ *È basato sulla psicologia motivazionale e sul Counseling centrato sulla persona*
- ❖ *Sviluppato da diverse aree di ricerca (psicologia motivazionale, counseling entrato sulla persona, interventi brevi, modello degli stadi del cambiamento)*
- ❖ *Effetti verificati e promettenti per una gamma di comportamenti di salute*



Colloquio Motivazionale ASSUNTI

- ❖ La motivazione è una condizione di disponibilità al cambiamento che può fluttuare nelle diverse circostanze e nel tempo. Questa condizione può essere influenzata.
- ❖ La motivazione al cambiamento non risiede esclusivamente nella persona
- ❖ Lo stile del professionista è un fattore determinante della resistenza e del cambiamento della persona. È più probabile che uno stile empatico aumenti le risposte auto-motivanti e che riduca le resistenze della persona



Punti chiave per la comunicazione motivazionale



Ulteriori ASSUNTI del colloquio motivazionale

- *Le persone alle prese con i problemi del comportamento spesso hanno una motivazione al cambiamento oscillante e conflittuale, chiamata **ambivalenza**.*
- ***L'ambivalenza** è una dimensione **normale** nel considerare e attuare il cambiamento; **NON** è qualcosa di patologico*
- *Ogni persona ha una forte potenzialità di cambiamento. Il compito del professionista è che le persone esprimano questo potenziale e che venga facilitato il naturale processo di cambiamento insito nell'individuo*



Lo spirito di BI e MI

- **Partnership**

- intervento clinico come modalità di collaborazione
- guardare con rispetto alla competenza e alle capacità del paziente

- **Evocazione**

- è opposta ad «imporre»
- far emergere la motivazione intrinseca del paziente per il cambiamento

- **Accettazione**

- assoluto valore della persona, autonomia
- sostegno, accurata empatia

- **Supporto**

- ricerca e valutazione del benessere degli altri
- impegno per perseguire il benessere e l'interesse degli altri



Partnership: uno stile di guida

Directing *Guiding* *Following*



MI sta nel mezzo fra essere direttivo o essere alle spalle della persona, incorpora gli aspetti seguenti:



Stili Interattivi MI

- *Lo stile del professionista è tranquillo, attento, curioso, rispettoso orientato all'accettazione e alla guida*
- *Piuttosto che:*
 - *Non apertamente persuasivo/direttivo*
 - *Confrontazionale*
 - *Passivo*
 - *Semplicemente riflessivo*



Abilità di base del MI: OARS

- **O – Domande aperte**
- **A – Affermazioni**
- **R – Ascolto riflessivo**
- **S – Riassunto**



OARS aiutano per:

- **Stabilire una relazione con la persona**
- **Indirizzano le persone verso l'auto-motivazione**

Sono utilizzate in tutti i 4 processi:
Stabilire una relazione, Focalizzare, Evocare & Pianificare



Utilizzare le Domande aperte

- *Quando utilizzi le Domande aperte è importante avere le seguenti abilità:*
 - *Saper mostrare interesse genuino per quello che la persona ha da dire*
 - *Essere capaci di fermarsi e ascoltare*
 - *Saper assumere la prospettiva della persona*

Evita le Domande aperte se non hai tempo per ascoltare



IMPLICATIONS FOR WORKPLACE HEALTH PROMOTION

- L'interesse e la preoccupazione non si traducono immediatamente in azione
- Gli interventi di informazione ed educazione non sono la stessa cosa degli interventi motivazionali
- Promuovere il cambiamento richiede una strategia multidimensionale
- Incentivi e rinforzi dovrebbero essere applicati ai punti critici nel processo di cambiamento
- Le politiche e i media influenzano il processo di cambiamento, ma non sempre positivamente

